

# Content Marketing

## Inhalte statt Werbeversprechen: Kunden informieren, unterhalten und begeistern

Content Marketing hat im Marketing und in der Unternehmenskommunikation eine immer zentralere Bedeutung. Nicht mehr über „flache“ Werbebotschaften, sondern über Inhalte sollen die Zielgruppen eines Unternehmens angesprochen werden.

### Ihr Nutzen

- » Sie wissen, was Content Marketing ausmacht und können die Begrifflichkeiten zuordnen.
- » Sie kennen die wesentlichen Prozessschritte.
- » Sie sind in der Lage, eine Marke zu analysieren, Ziele zu definieren und darauf aufbauend eine Content Strategie zu entwickeln.
- » Sie kennen die Instrumente und Kanäle und ihre Möglichkeiten im Rahmen der Umsetzung.
- » Sie wissen um die Besonderheiten beim zentralen CM-Thema SEO.

#### Dauer | Gruppengröße

1 Tag | max. 12 Teilnehmer

#### Termin | Ort

8. Mai 2019, 9-17 Uhr  
Seminarzentrum, Kaiserstraße 36, Heidelberg

#### Preis

695,- Euro netto für Teilnahme, Seminarskript, Mittagessen und Pausengetränke

#### Kontakt

Telefon: + 49 (0) 62 21 – 90 586 00  
E-Mail: [weiterbildung@ik-heidelberg.de](mailto:weiterbildung@ik-heidelberg.de)  
Ansprechpartnerin: Dagmar Kreher  
[www.ik-heidelberg.de](http://www.ik-heidelberg.de)

## Inhalte

---

Begriffsklärung und Erfahrungsaustausch

- » Was treibt das Thema?
- » Was ist Content Marketing?
- » Was macht Content Marketing aus?

Content Marketing in der Praxis

- » Organisation von Content Marketing
- » Verteilung von Content und
- » Content Syndication

Content

- » Zielgruppenspezifische Aufbereitung von Inhalt
- » Abgrenzung von Content zu Werbung
- » Storytelling

Herausforderungen an das Content Marketing

## Methode

---

Der Workshop ist praxisnah angelegt – der Schwerpunkt liegt auf Gruppenarbeit und anschließenden offenen Diskussionen der Ergebnisse. Zudem bietet er Gelegenheit, eigene Fragestellungen oder Fallstudien der Teilnehmer einzubringen und im Kollegenkreis kritisch zu reflektieren.

## Zielgruppe

---

Kommunikatoren, die sich in ihrem beruflichen Alltag mit Content Marketing haupt- oder nebenamtlich beschäftigen, sich für das Thema interessieren und gern über den Tellerrand blicken.



## Seminarleitung

---

Frank Schabel ist Geisteswissenschaftler und seit 2006 Leiter Marketing/Corporate Communications der Hays AG. Zuvor war er u.a. Leiter Unternehmenskommunikation der CSC Ploenzke AG sowie PR und Marketing Manager der SAP AG. Er ist nebenberuflich als Coach und Berater aktiv. Als Autor der Fachbücher „Intellectual Capital und Kommunikation“ sowie „Auf dem Weg in die Organisation 2.0“ publiziert er zu strategischen Themen im Umfeld von Kommunikations- und Organisationsthemen. Zudem betreibt er einen eigenen Blog,